

MINAT BELI TOYOTA YARIS
(Studi Pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya)

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

DWI NUR CAHYO
1012010017/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2014

MINAT BELI TOYOTA YARIS
(Studi Pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya)
SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S–1 Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :
DWI NUR CAHYO
1012010017/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2014

USULAN PENELITIAN

MINAT BELI TOYOTA YARIS (Studi Pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya)

Yang diajukan

Dwi Nur Cahyo
1012010017/ FEB/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh

Pembimbing utama

DR. Prasetyohadi, SE. MM
NIP. 196008041989031001

Pembimbing Pendamping

Ugy Soebintoro, SE. MM
NIP. 367089600581

Tanggal :.....

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 19650907199103101

USULAN PENELITIAN

MINAT BELI TOYOTA YARIS (Studi Pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya)

Yang diajukan

Dwi Nur Cahyo
1012010017/ FEB/EM

Disetujui untuk mengikuti seminar proposal oleh,

Pembimbing utama

DR. Prasetyohadi, SE. MM
NIP. 196008041989031001

Pembimbing Pendamping

Ugy Soebintoro, SE. MM
NIP. 367089600581

Tanggal :.....

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 19650907199103101

MINAT BELI TOYOTA YARIS (Studi Pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya)

Yang diajukan

Dwi Nur Cahyo
1012010017/ FEB/EM

Telah disetujui untuk mengikuti ujian lisan oleh :

Pembimbing utama

DR. Prasetyohadi, SE. MM
NIP. 196008041989031001

Pembimbing Pendamping

Ugy Soebintoro, SE. MM
NIP. 367089600581

Tanggal :.....

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur

Drs. Ec. Rahman A. Suwaidi, MS.
NIP. 196003301986031001

SKRIPSI

MINAT BELI TOYOTA YARIS
(Studi Pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya)

Oleh:
DWI NUR CAHYO
1012010017/FEB/EM

Telah disetujui oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal: 28 Maret 2014

Pembimbing :
Pembimbing Utama

Tim Penguji :
Ketua

Dr. Prasetyo Hadi, MM.
NIP. 196008041989031001

Pembimbing Pendamping

Drs. Ec. Rahman A. Suwaidi, MS.
NIP. 196003301986031001
Sekretaris

Ugy Soebintoro, SE. MM.
NIP. 367089600581

Sugeng Purwanto, SE. MM.
NIP. 196801081989031001
Anggota

Dra. Ec. NuruniIka Kw, MM.
NIP.196310091991032001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin N, MM
NIP. 196309241989031001

KATA PENGANTAR

Dengan segala ridho dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul “MINAT BELI TOYOTA YARIS (Studi Kasus Yaris Club Surabaya) dapat terselesaikan. Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Dalam menyelesaikan laporan ini, Penulis banyak mendapat bimbingan, saran dan bantuan baik materil maupun non materil dari segenap pihak. Maka dengan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Teguh Sudarto, MP. Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE.MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen
4. DR. Prasetyohadi, SE. MM selaku dosen pembimbing utama atas kesabarannya dan kesediaan beliau memberikan motivasi, bimbingan, dan pengarahan selama persiapan, pelaksanaan, hingga selesainya penulisan skripsi ini.
5. Ugy Soebiantoro, SE. MM selaku dosen pembimbing pendamping atas kesabarannya dan kesediaan beliau memberikan motivasi, bimbingan, dan pengarahan selama persiapan, pelaksanaan, hingga selesainya penulisan skripsi ini.
6. Kedua Orang Tua saya, dan Segenap seluruh keluarga yang telah memberikan Doa dan dukungannya baik secara moril maupun materil, sehingga penulisan ini dapat selesai dengan baik.
7. Seluruh sahabat saya yang selalu memberikan doa dan setia mendampingi selama menempuh perkuliahan dan hingga saat ini penulisan ini selesai dengan baik.

8. Seluruh rekan – rekan, Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jatim angkatan 2010 yang selalu memberikan doa, kebersamaan dan dukungan.
9. Teman – teman G5 brotherhood dan YCS yang selalu memberikan dukungan dan semangat pantang menyerahnya sehingga dapat terselesaikannya penulisan ini dengan baik.

Pada akhir kata, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi semua pihak, Amin.

Surabaya, Maret 2014

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAKSI.....	iv

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang.....	1
1.2	Perumusan Masalah.....	4
1.3	Tujuan Penelitian.....	5
1.4	Manfaat Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Penelitian Terdahulu.....	7
2.2	Landasan Teori.....	8
2.2.1	Minat Beli.....	8
2.2.2	Citra Merek.....	11
2.2.3	Kualitas Produk.....	19
2.2.4	Promosi.....	22
2.2.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli.....	26
2.2.6	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	26
2.2.7	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli.....	27
2.3	Kerangka Konseptual.....	28
2.4	Hipotesis.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Definisi Operational dan Pengukuran Variabel.....	30
3.1.1	Variabel Dependen.....	30
3.1.2	Variabel Independen.....	31
3.1.3	Pengukuran Variabel.....	33
3.2	Penentuan Populasi.....	34
3.2.1	Populasi.....	34
3.2.2	Sampel.....	35
3.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	36
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5	Teknik Analisis Data.....	35

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskriptif Objek Penelitian.....	44
4.1.1	Profil Toyota Yaris.....	44
4.2	Deskriptif Hasil Penelitian.....	45
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden.....	45
4.2.2	Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	47
4.2.3	Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	48
4.2.4	Deskriptif Variabel Promosi (X3).....	50
4.2.5	Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	51
4.3	Analisis Data.....	53
4.3.1	Evaluasi Outlier.....	53
4.4	Partial Least Square.....	55
4.4.1	Model PLS.....	55
4.4.2	Pengujian Outer Model.....	56

4.4.3	Average Variance Extracted (AVE).....	58
4.4.4	Composite Reliability.....	59
4.5	Inner Model.....	61
4.5.1	R – Square.....	61
4.5.2	Results For Inner Weights.....	62
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	63
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	64
4.6.3	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli.....	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran.....	66

MINAT BELI TOYOTA YARIS

(Studi Pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya)

Oleh :

DWI NURCAHYO

1012010017/FE/EM

ABSTRAKSI

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi dan dapat juga sebagai kekuatan pendorong atau sebagai motif yang bersifat intrinsik yang mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, wajar, mudah, tanpa paksaan, dan selektif pada suatu produk untuk kemudian mengambil keputusan untuk membeli atau tidak. Pada dasarnya minat merupakan suatu sikap yang dapat membuat seseorang merasa senang terhadap objek situasi ataupun ide-ide tertentu yang biasanya diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya. Salah satu faktor yang mempengaruhi Minat Beli adalah Citra Merek, Kualitas Produk, dan promosi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli konsumen. Penelitian ini dengan mengambil sampel para anggota Yaris Club Surabaya. Pengumpulan data berupa kuesioner yang diukur menggunakan semantic scale . jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi mempengaruhi Minat Beli secara signifikan (positif).

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan Minat Beli

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Toyota Corp. merupakan salah satu perusahaan otomotif yang mampu membaca potensi pasar atas permintaan kendaraan, namun Toyota bukan satu – satunya perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, terdapat beberapa pesaing seperti: Honda, Suzuki, Hyundai dan lain – lain. Keadaan tersebut mengakibatkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan daur hidup produk (lifecycle product) dengan melakukan inovasi produk agar lebih diminati oleh konsumen, seperti yang dilakukan Toyota di segmen city car, yaitu Toyota Yaris mampu menjawab kebutuhan dan keinginan para konsumen dengan memperkenalkan berbagai tipe varians, sesuai dengan slogan Yaris “be groovy” (Yaris Magazine).

Riset penjualan mobil di segmen city car yang dilakukan oleh Top Brand Indeks selama tahun 2009 – 2013 secara nasional menunjukkan perbandingan tingkat penjualan mobil di segmen city car, antara lain: Honda Jazz, Suzuki Karimun, Toyota Yaris, Suzuki Swift, Hyundai Atoz. Prosentase data penjualan Toyota Yaris mengalami kenaikan, hingga berhasil menduduki peringkat ke tiga dan kedua dalam penjualan city car. Data penjualan city car dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1

TOP BRAND INDEKS CITY CAR TAHUN 2009 - 2013

No	Merek Mobil	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013
1	Honda Jazz	52,7%	44,1%	46,4%	39,2%	37,6%
2	Suzuki Karimun	10,1%	12,9%	8,4%	7,4%	8,0%
3	Toyota Yaris	7,8%	10,0%	17,9%	21,9%	22,1%
4	Suzuki Swift	7,8%	5,2%	5,3%	7,2%	7,6%
5	Hyundai Atoz	7,2%	2,4%	3,9%	4,9%	4,4%

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan pada data diatas penjualan Toyota Yaris pada tahun 2009 menduduki peringkat ketiga dengan nilai 7,8%, sedangkan pada tahun 2010 Toyota Yaris tetap menduduki peringkat ketiga dengan perolehan nilai 10,0%, selanjutnya pada tahun 2011 Toyota Yaris mengalami kenaikan menjadi peringkat kedua dengan perolehan nilai 17,9%, kemudian pada tahun 2012 dan 2013 Toyota Yaris masih menduduki peringkat kedua dengan perolehan nilai masing – masing 21,9% dan 22,1%. Namun hal ini menunjukkan bahwa meskipun prosentase penjualan Toyota Yaris tiap tahun mengalami kenaikan, tapi target untuk merebut posisi utama dari pesaingnya yaitu Honda Jazz belum tercapai, sehingga diperlukan peninjauan kembali dalam penyusunan strategi pemasaran untuk mencapai target market yang diharapkan.

Beberapa fenomena yang terkait dengan penjualan Mobil city car Toyota Yaris antara lain :

1. Penjualan menurun, Toyota Yaris berstatus stok terbatas. Jakarta – Toyota Yaris mengalami penurunan penjualan pada tahun 2011 yang hanya mampu menjual sebesar 16.454 unit. Penjualan Toyota Yaris merosot

akibat dari banjir Thailand yang benar-benar membuat beberapa pabrikan asal Jepang yang mempunyai basis produksi di Thailand kelimpungan. “Pasokan barang dari Thailand terhambat akibat banjir. Ini berimbas dengan penurunan pada penjualan November,” jelas General Manager Marketing Planning & Customer Relations PT Toyota-Astra Motor Widyawati Soedigdo, Jumat (9/12/2011). (<http://autos.okezone.com>)

2. Penjualan Meningkat, Toyota Yaris kian disukai. Jakarta – Toyota Yaris mengalami kenaikan penjualan pada tahun 2012 sebesar 69 % menjadi sebanyak 27.811 unit. Kenaikan cukup tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya mampu meraih 16.454 unit. Penjualan Toyota Yaris tidak terlepas dari kepercayaan dan kesetiaan para pelanggan atas produk, teknologi, dan layanan yang selalu diutamakan Toyota, mulai dari pra jual hingga purna jual,” ujar Presiden Direktur PT Toyota Astra Motor, Johnny Darmawan. (<http://www.mobil88.astra.co.id>)

Data penjualan Toyota Yaris selama lima tahun terakhir menggambarkan minat beli konsumen sebagai sebuah rencana untuk melakukan pembelian produk atau brand tertentu yang dibangun lewat serangkaian proses pemilihan serta pengambilan keputusan. Minat pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Hal ini berdasarkan pertimbangan atau penyeleksian dengan membandingkan perbedaan yang terdapat

pada beberapa merek, sehingga yang penawarannya sesuai dengan kebutuhan konsumen akan terpilih. Maka konsumen akan memiliki penilaian yang lebih pada merek tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari beberapa konsep mengenai citra merek. Menurut Kotler dan Fox yang dikutip oleh Sutisana (2002,83) yang dikutip dari (Heri Haerudin,2010), mendefinisikan citra adalah Sejumlah gambaran-gambaran, kesan-kesan dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Minat Beli Toyota Yaris (Studi Pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya)”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah citra merek mempengaruhi minat beli Mobil City Car Toyota Yaris pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya ?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi minat beli Mobil City Car Toyota Yaris pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya ?
3. Apakah promosi mempengaruhi minat beli Mobil City Car Toyota Yaris pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk membuktikan pengaruh citra merek terhadap minat beli Mobil City Car Toyota Yaris pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya.
2. Untuk membuktikan pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Mobil City Car Toyota Yaris pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya.
3. Untuk membuktikan pengaruh promosi terhadap minat beli Mobil City Car Toyota Yaris pada Auto 2000 Ahmad Yani Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis mengharapkan dapat memberikan manfaatnya sebagai berikut :

1. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah kepustakaan, khususnya UPN “Veteran” Jawa Timur sehingga terdapat tambahan referensi sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Bagi penulis

Penelitian ini akan memperluas wawasan praktis serta analisis penulis di dalam memahami faktor-faktor mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli mobil Toyota Yaris.

3. Bagi peneliti berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan tambahan pengetahuan mengenai pengembangan penelitian dibidang minat beli konsumen, khususnya yang berhubungan dengan citra merek, kualitas produk, dan promosi.